


Лекция 3

Фирма.

Поведение фирм в различных рыночных структурах



Фирма – коммерческая организация, приобретающая факторы производства с целью создания и продажи благ и получения на этой основе прибыли.

Деление фирм по критерию цели деятельности

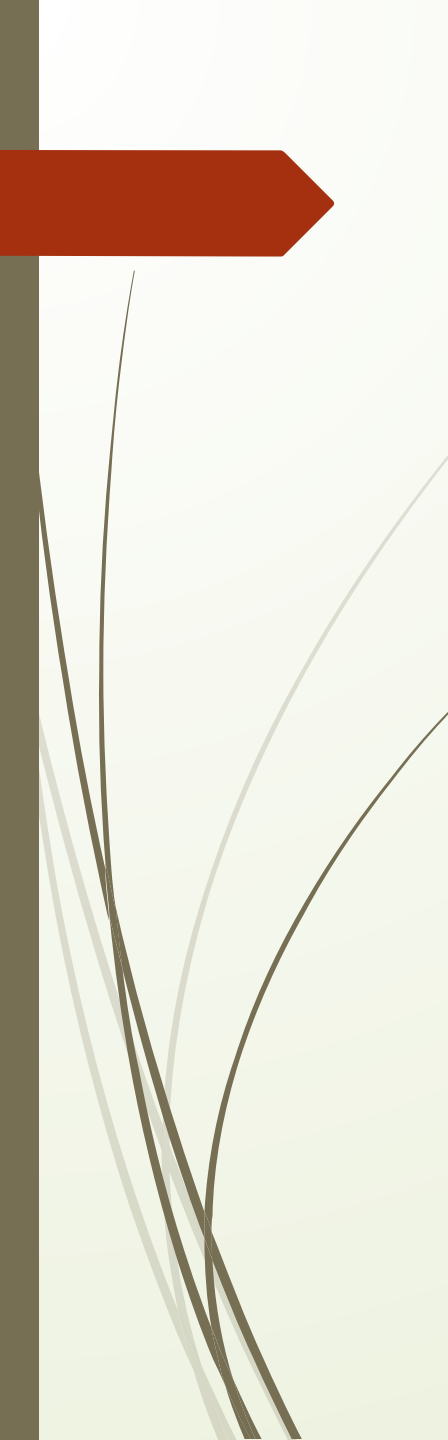
Коммерческие – цель получение прибыли



Некоммерческие – иные цели (получение прибыли как способ для достижения прочих целей)

Деление фирм по критерию собственника

Государственные – собственник государство на разных уровнях власти (муниципальное, областное, федеральное государственное предприятие)

Частные – собственник физическое лицо или группа лиц (частный предприниматель, товарищество, общество)

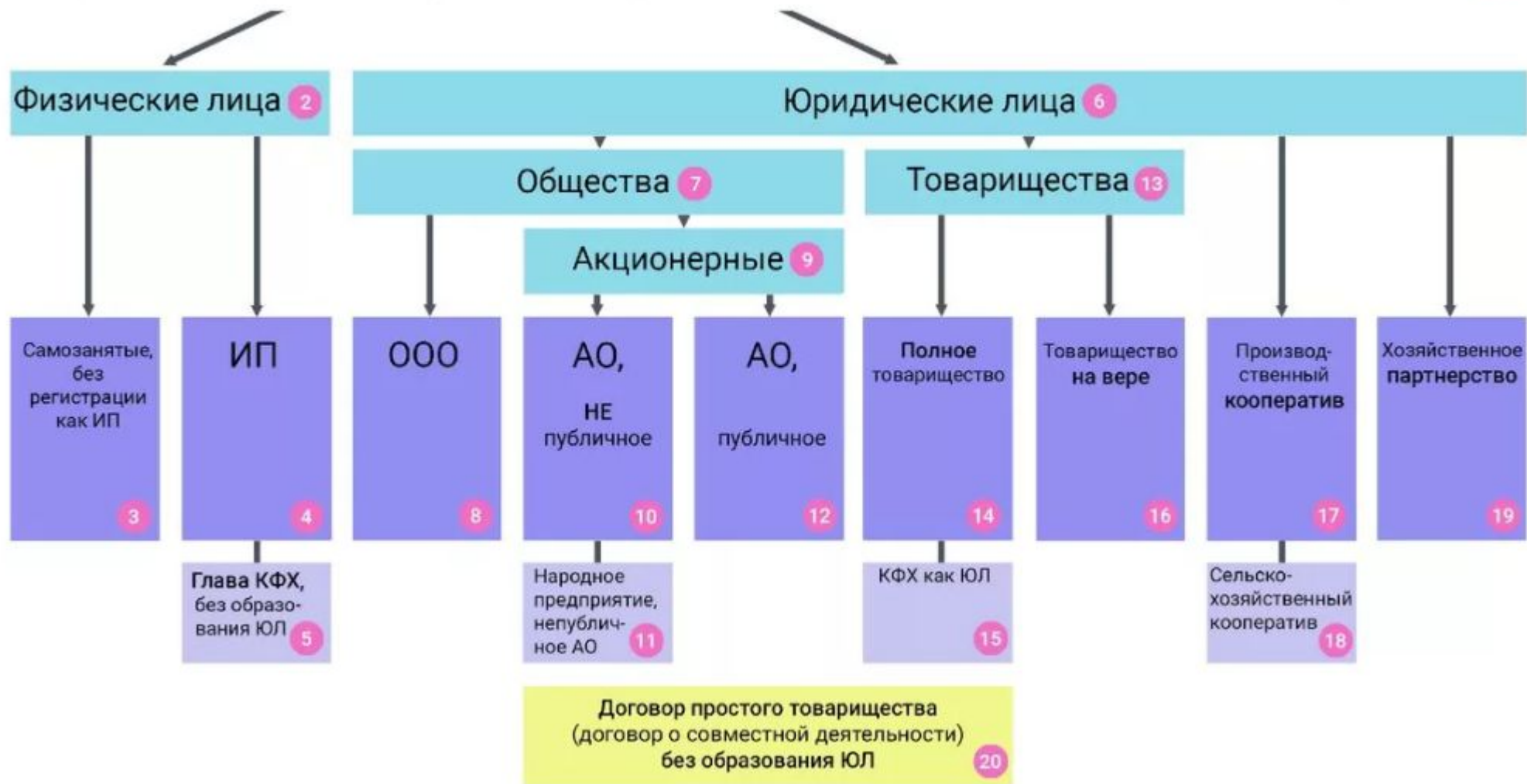
- 
- *Фирма — это организация, объединение людей, совместно реализующих некоторую программу или цель и действующих на основе определенных процедур и правил;*
 - *Фирма — это юридическое лицо, организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, имеет самостоятельный баланс, может приобретать и продавать имущество, нести ответственность, быть истцом и ответчиком в суде;*
 - *Фирма — это организация, занимающаяся коммерческой деятельностью. Такие организации преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности.*

- 
- 
- **Предприятие** – это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Характеристика форм предприятий

- наличие хотя бы одного сотрудника;
- наличие хотя бы одной общей цели, направленной на удовлетворение потребностей и интересов человека или общества;

Организационно-правовые формы для частного бизнеса в РФ, 2019 ¹



Виды ценных бумаг

Акция	<ul style="list-style-type: none">ценная бумага, удостоверяющая участие её владельца в формировании средств акционерных обществ, дающая право на дивиденд (доход) .
Обыкновенные акции	<ul style="list-style-type: none">дают право голоса в управлении АОне гарантируют фиксированный дивидендне ограничивает уровень дивиденда
Привилегированные акции «Золотая акция»	<ul style="list-style-type: none">не дают право голосагарантируют фиксированный минимальный доходпри банкротстве дают право на первоочерёдное получение доли
Облигации (предприятий и т.п.)	<ul style="list-style-type: none">любые ценные бумаги, удостоверяющие отношения займа между их владельцем (кредитором) и лицом, выпустившим документ (должником).
Государственные долговые обязательства	любые ценные бумаги, удостоверяющие отношения займа, в которых <u>должником выступает государство</u> , органы государственной власти или управления

Основные формы объединения предпринимательских структур

Основные формы объединения субъектов хозяйствования						
Картель	Консорциум	Концерн	Трест	Синдикат	Холдинг	Финансово-промышленные группы (ФПГ)

Экономическая и бухгалтерская прибыль

В общем виде прибыль (*profit*) определяется как разность между совокупной выручкой (*total revenue*) и совокупными издержками (*total cost*):

$$TR - TC = \pi, \quad (6.1)$$

где TR (*total revenue*) — совокупная выручка (доход);
TC (*total cost*) — совокупные издержки;
 π (*profit*) — прибыль.

Однако сами издержки бывают внешними (явными) и внутренними (неявными). К внешним издержкам относятся платежи внешним (по отношению к данной фирме) поставщикам. Вычтя из совокупной выручки (дохода) внешние издержки, мы получаем бухгалтерскую прибыль. Бухгалтерская прибыль, однако, не учитывает внутренние (или скрытые) издержки. Внутренними издержками являются: 1) издержки на ресурсы, принадлежащие самому предпринимателю, а также 2) нормальная прибыль, которая приходится на такой важнейший ресурс, каким является предпринимательская способность. Вычтя из бухгалтерской прибыли внутренние издержки, мы получаем экономическую прибыль (см. рис. 6—3).



Общий, средний и предельный доход

Для более детального анализа экономической деятельности фирмы введем понятия совокупного, среднего и предельного дохода (выручки).

Совокупный доход (*total revenue — TR*) — это сумма дохода, получаемого фирмой от продажи определенного количества блага:

$$TR = P \times Q, \quad (6.2)$$

где TR (*total revenue*) — совокупный доход;

P (*price*) — цена;

Q (*quantity*) — проданное количество благ.

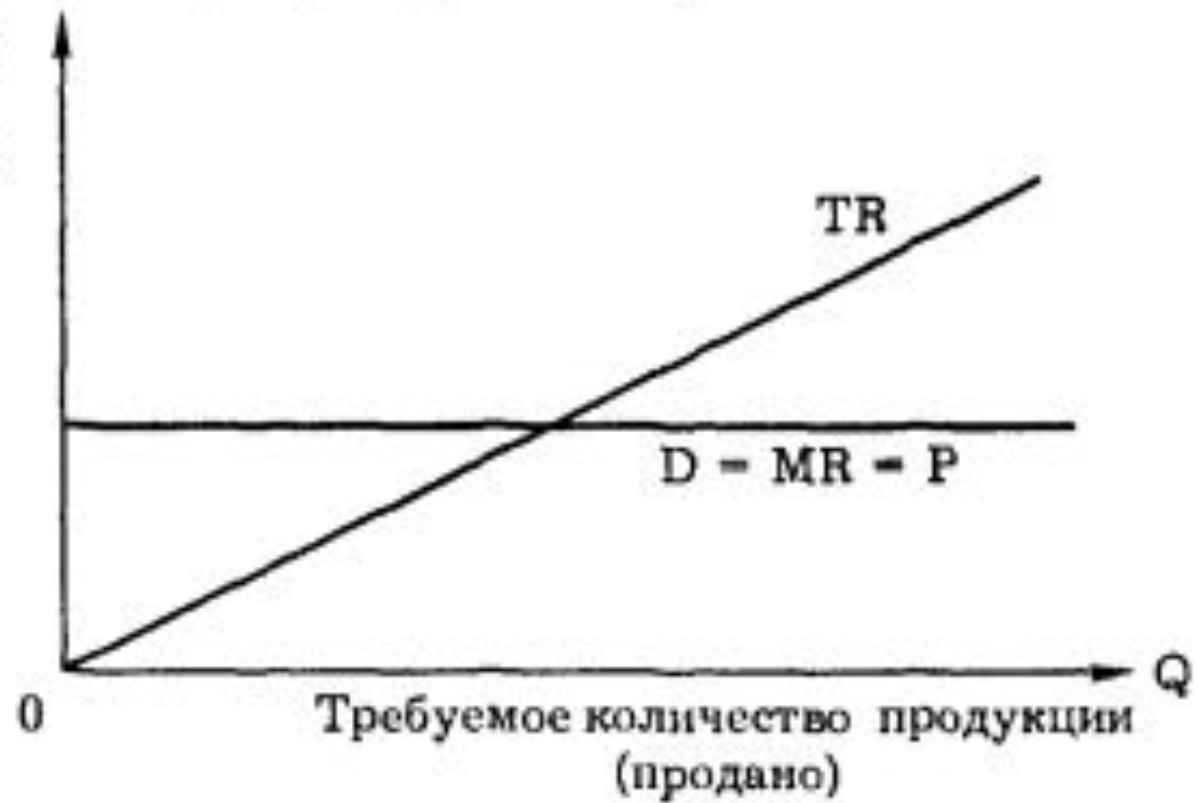
Средний доход (*average revenue — AR*) — доход, приходящийся на единицу проданного блага. В условиях совершенной конкуренции средний доход равен рыночной цене:

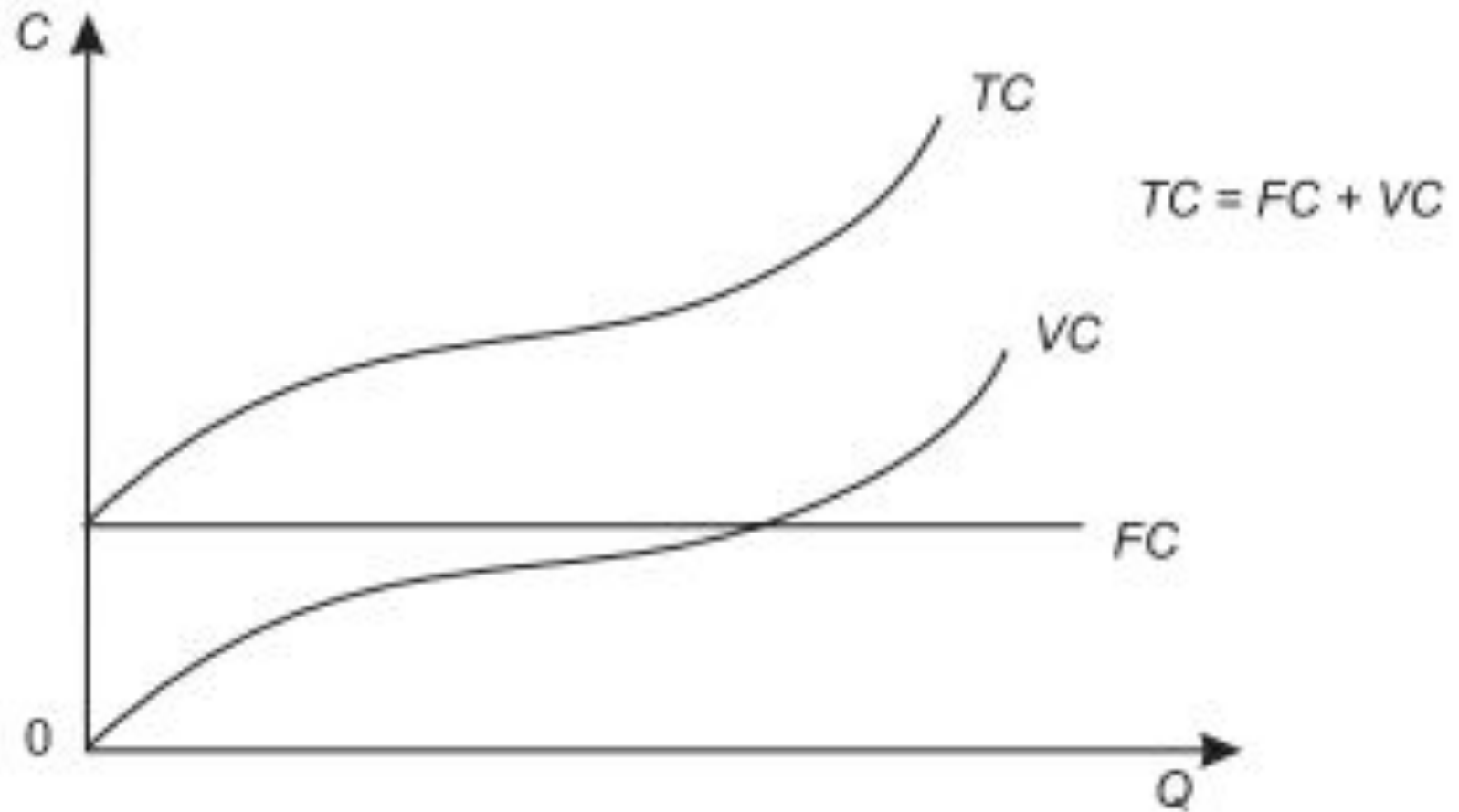
$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \times Q}{Q} = P. \quad (6.3)$$

Предельный доход (*marginal revenue — MR*) — приращение дохода, которое возникает за счет бесконечно малого увеличения выпуска продукции:

$$MR = \frac{dTR}{dQ} = \frac{d(P \times Q)}{dQ} = P \frac{dQ}{dQ} = P. \quad (6.4)$$

Цена, средний,
предельный
и валовой доход
P, AR, MR, TR





Средние издержки

В экономической теории под **средними издержками** понимают затраты фирмы на производство и реализацию единицы продукции. Различают следующие категории средних издержек:

- **средние постоянные издержки (AFC)**, которые рассчитываются путем деления постоянных издержек фирмы на объем производства:

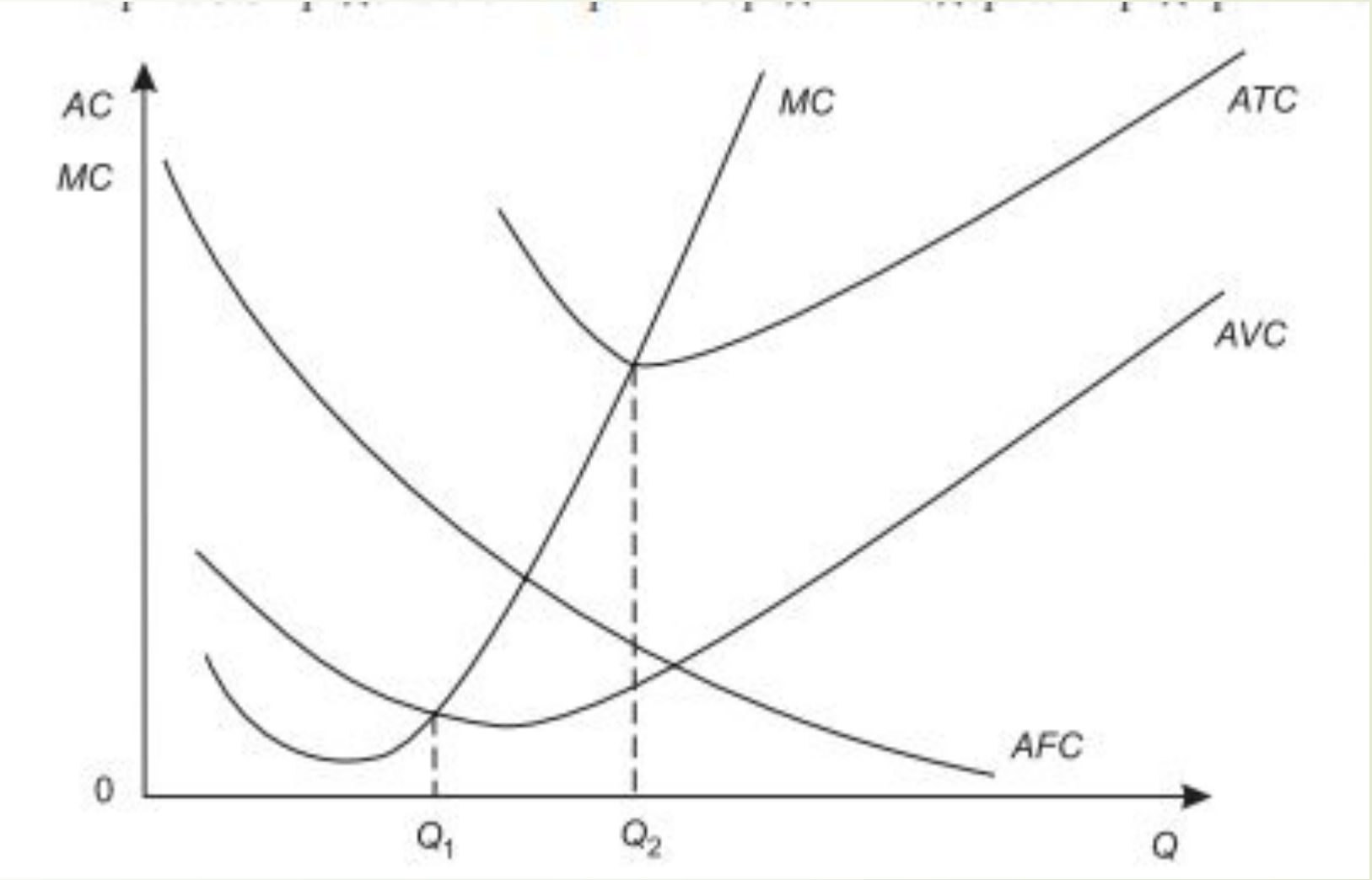
$$AFC = \frac{FC}{Q};$$

- **средние переменные издержки (AVC)**, которые рассчитываются путем деления переменных издержек фирмы на объем производства:

$$AVC = \frac{VC}{Q};$$

- **средние валовые издержки (ATC)**, которые рассчитываются путем деления валовых издержек фирмы на объем производства:

$$ATC = \frac{TC}{Q}.$$

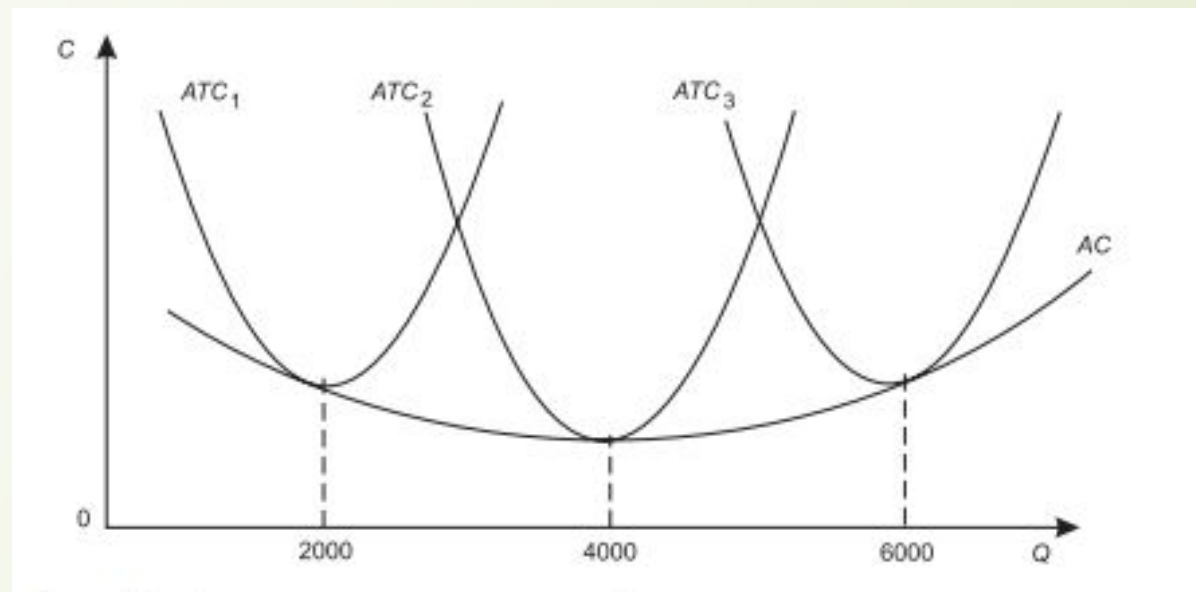


Предельные издержки

Особенное значение для фирмы имеет категория предельных или маржинальных издержек. Прирост издержек, связанный с выпуском дополнительной единицы продукции, то есть отношение прироста общих издержек к вызванному ими приросту продукции, называется **предельными издержками (МС)** фирмы. Предельные издержки можно рассчитать по формуле:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q},$$

где ΔTC — прирост валовых издержек; ΔQ — прирост объема производства.



Эффект масштаба — это зависимость издержек от роста масштабов производства.

При увеличении объемов производства издержки возрастают, но соотношение темпов роста издержек и объема производств бывает разным. Возможны следующие варианты:

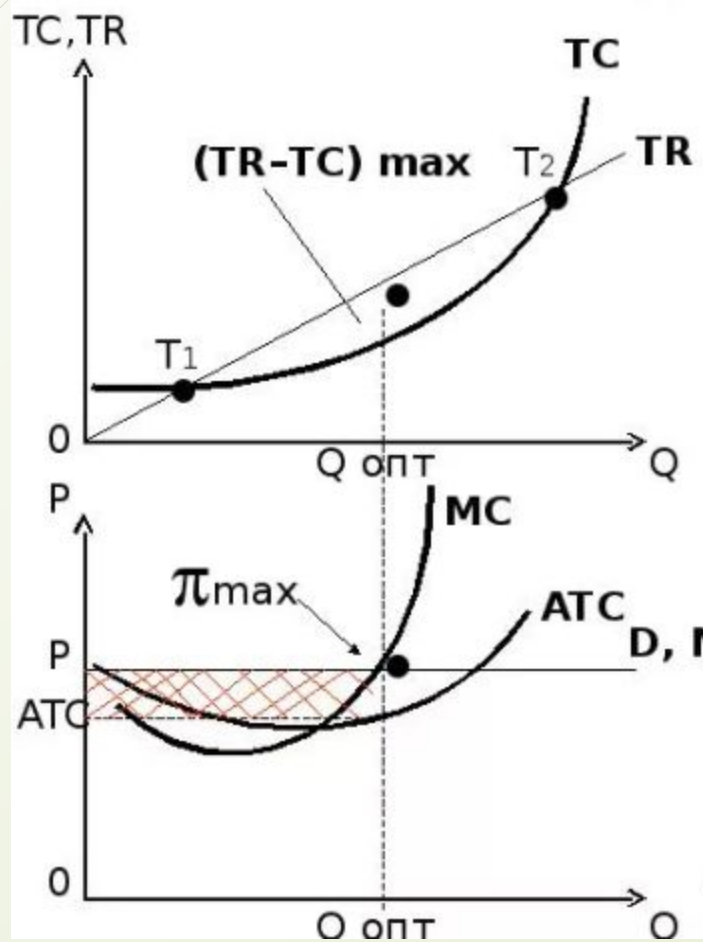
Таблица 5.4

Эффект масштаба		
Состояние отдачи	Соотношение темпов объема производства и издержек	Состояние издержек
Возрастающая отдача от масштаба (положительный эффект масштаба)	Объем производства растет быстрее издержек	Средние издержки падают
Убывающая отдача от масштаба (отрицательный эффект масштаба)	Объем производства растет медленнее издержек	Средние издержки возрастают
Постоянная отдача от масштаба	Объем производства и издержки растут одинаковыми темпами	Средние издержки не изменяются



Выручка		Себестоимость (-)	
Прибыль от реализации	Прибыль от прочей реализации	Внереализационные доходы (убытки)	
Балансовая прибыль		Корректировка прибыли (-)	
Налогооблагаемая прибыль	Не облагаемая налогом прибыль	Налог на прибыль (-)	
Чистая прибыль			

Два подхода к определению объема производства, максимизирующего прибыль



а) сопоставление TR и TC

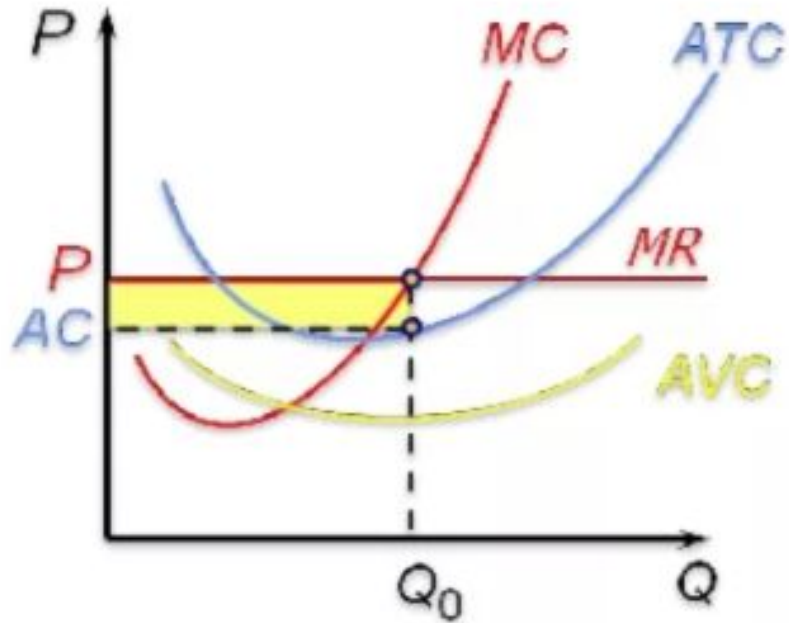
Выпустить $Q_{\text{опт}}$, т.к.
(TR- TC) max

T_1 и T_2 - точки безубыточности

б) сопоставление MR и MC
или P и MC

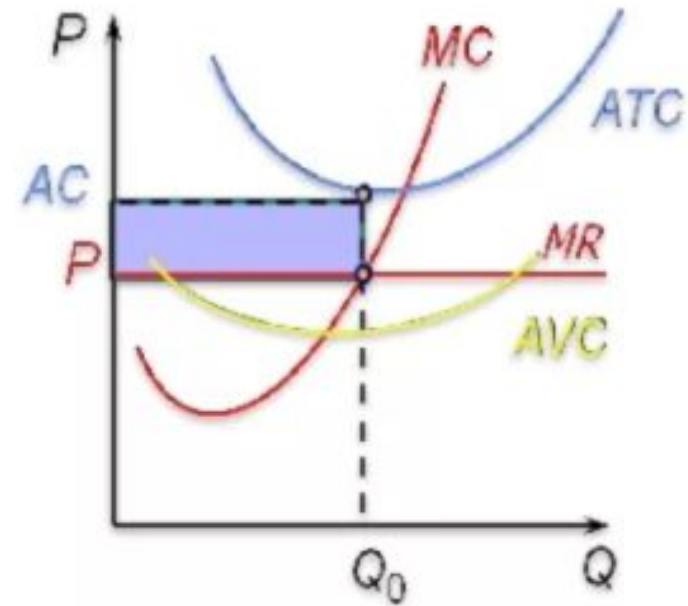
Выпустить $Q_{\text{опт}}$.
P = MC

Подход, основанный на сравнении предельного дохода и предельных издержек



Случай максимизации прибыли

($P - AC$ – прибыль на единицу продукции; закрашенный прямоугольник – совокупная максимальная прибыль)



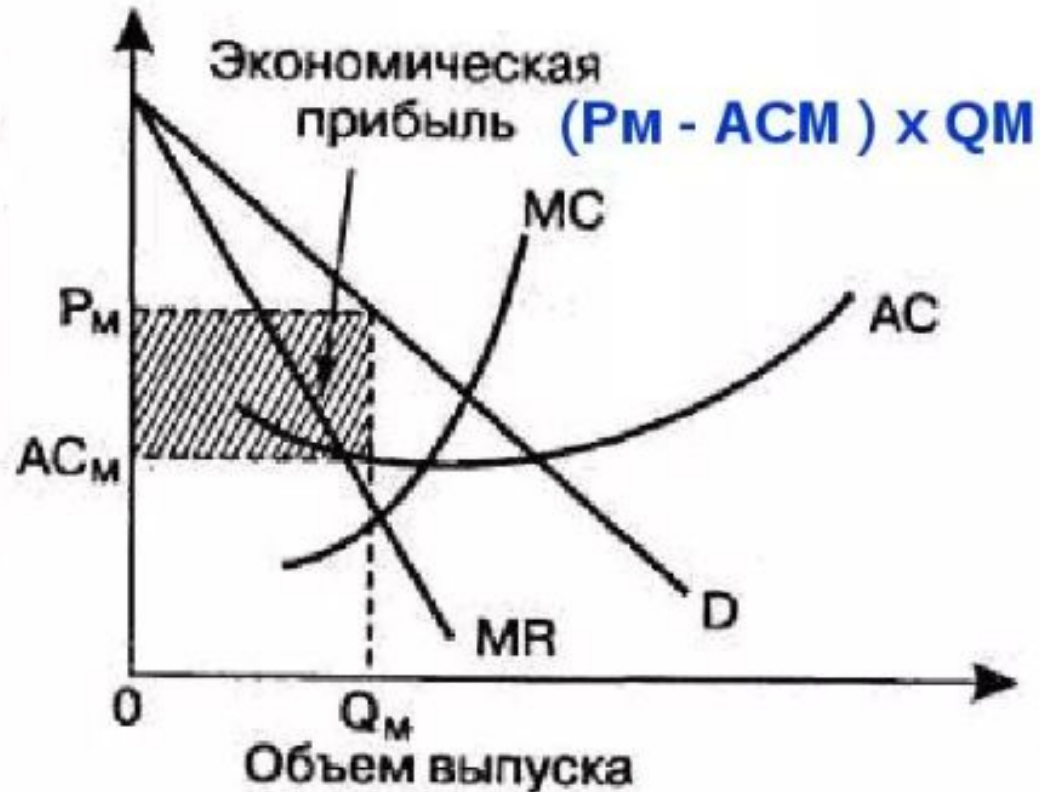
Случай минимизации убытков

($AC - P$ – убытки на единицу продукции; закрашенный прямоугольник – совокупная убытки)

Условие максимизации прибыли при монополии в коротком периоде

$$MR = MC$$

Монопольная цена,
выпуск и экономическая прибыль
в коротком периоде



Коэффициент (индекс) Абби Лернера

(1905-1982)

Abbi Lerner

$$L = \frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_d},$$

где E_d - эластичность спроса по цене на продукцию данной фирмы

P - продажная цена единицы выпуска:

MC - предельные издержки выпуска этой единицы



$$L = \frac{p - ATC}{ATC} = \frac{(p - ATC) * q}{ATC * q} = \frac{P}{TC}$$

$$0 \leq L < 1$$

ATC - средние общие издержки,

TC - общие издержки

p - цена единицы выпуска

q - объем выпуска

Индекс Херфиндала - Хиршмана (степень концентрации рынка)

$$H = \sum_{i=1}^n Y_i^2$$

$H < 0,1$ (или 1.000)

- незначительная концентрация рынка

$0,1 < H < 0,18$ (или от 1.000 до 1.800)

- средняя концентрация рынка

$H > 0,18$ (или 1.800)

- высокая концентрация рынка